



Revista Administración & Cidadanía, EGAP
Vol. 16_núm. 2_2021 | pp. 85-101
Santiago de Compostela, 2021
<https://doi.org/10.36402/ac.v16i2.4853>
© Luis Barreiro Castro
ISSN-L: 1887-0279 | ISSN: 1887-0287
Recibido: 1/11/2021 | Aceptado: 21/12/2021

Editado baixo licenza Creative Commons Attribution 4.0 International License

A influencia electoral do poder local. O caso de Galicia (2000-2020)

La influencia electoral del poder local. El caso de Galicia (2000-2020)

The electoral influence of local power. The Galician case (2000-2020)



LUIS BARREIRO CASTRO¹

Universidade Nacional de Educación a Distancia
Funcionario do Corpo Superior da Administración
Xunta de Galicia
<https://orcid.org/0000-0002-5659-5715>
lbarreiro5@alumno.uned.es

Resumo: Este traballo propón, en primeiro lugar, unha metodoloxía innovadora que permite estimar a prima electoral que obteñen os partidos que desempeñan o goberno dos pequenos municipios en eleccións non municipais. En segundo lugar, ofrece unha explicación desta prima electoral que coloca as redes clientelares no centro deste fenómeno.

Palabras clave: Clientelismo, comportamento electoral, Galicia, poboación dos municipios, poder local.

Resumen: Este trabajo propone, en primer lugar, una metodología innovadora que permite estimar la prima electoral que obtienen los partidos que ostentan el gobierno de los pequeños municipios en elecciones no municipales. En segundo lugar, ofrece una explicación de esta prima electoral que coloca las redes clientelares en el centro de este fenómeno.

Palabras clave: Clientelismo, comportamiento electoral, Galicia, población de los municipios, poder local.

Abstract: This work proposes, first, an innovative methodology that allows estimating the electoral premium obtained by the parties that hold the government of small municipalities in non-municipal elections. Second, an explanation of this electoral premium is offered, which places clientelist networks at the center of this phenomenon.

Key words: Patronage, electoral behavior, Galicia, population of the municipalities, local power.

SUMARIO: 1 Introducción. 2 Marco teórico. 3 Hipótesis e metodoloxía. 4 Resultados e discusión destes. 5 Conclusións. 6 Bibliografía. 7 Anexo.

1 INTRODUCCIÓN

A literatura existente, tanto a nivel nacional como internacional, é abundante no referente ao estudo do comportamento electoral. Dentro deste corpo de investigación, diversos autores centraron o seu interese nas diferenzas observadas en función do hábitat. Así, diversos estudos refiren un maior apoio, nas entidades de menor poboación, aos partidos conservadores no Reino Unido e nos Estados Unidos². En España, pola súa banda, desde os anos 90 o PSOE presentaba unha maior implantación electoral nos municipios de mediano tamaño, mentres que o PP dominaba nas grandes cidades e pequenos núcleos³. Non obstante, esta visión de conxunto oculta grandes diferenzas entre os diversos territorios de España. Por exemplo, en Andalucía, tanto a afluencia ás urnas como o voto socialista redúcese conforme ascendemos na escala urbana, desde os asentamentos rurais ata os centros das áreas metropolitanas⁴. Un volume moito menor de traballos incidiu nas posibles causas do comportamento diferencial en función do tipo do hábitat. Un exemplo disto, en España, é a obra de TRUJILLO e ORTEGA⁵, que relaciona o voto ao PSOE en Andalucía á inestabilidade e precariedade económica das localidades, en termos de desemprego e poboación agraria subsidiaria. Tamén referido a Andalucía, o estudo de CORZO⁶ relaciona o éxito socialista co clientelismo. Este mesmo fenómeno foi estudado por JABLONSKI⁷ para o caso galego.

Este traballo encádrase nesta liña de investigación centrada nas causas do diferente comportamento electoral entre hábitats e, máis concretamente, na influencia do poder local, o cal frecuentemente se asociou coa presenza de redes clientelares con especial implantación no medio rural. En concreto, preténdese cuantificar e xustificar a importancia electoral de desempeñar os gobernos municipais nas eleccións xerais, autonómicas e europeas, celebradas durante o presente século en Galicia, tendo en conta a poboación dos municipios. Para iso, no seguinte apartado, abordarase o marco teórico no que se circunscribe esta investigación, para a continuación detallar as hipóteses de traballo e a metodoloxía empregada, tras o cal se mostrarán e discutirán os resultados obtidos, finalizando o estudo coas principais conclusións deste.

2 MARCO TEÓRICO

A influencia electoral do poder local no hábitat rural ligouse habitualmente ao clientelismo político, o cal nunha primeira aproximación pode considerarse como unha relación de intercambio social, onde unha persoa utiliza as súas influencias e recursos para beneficiar outra persoa a cambio do seu apoio. JABLONSKI⁸, seguindo a CORZO⁹,

distingue varios tipos de clientelismo político, diferenciando entre prácticas clientelares electorais, prácticas clientelares burocráticas e prácticas clientelares de partido. As primeiras son aquelas nas que o elector intercambia o seu voto por promesas electorais. As segundas, pola súa banda, son aquelas nas que o cliente lle concede o seu apoio ao intermediario para relacionarse co poder a cambio de ser tratado positiva e preferencialmente como grupo obxectivo nas súas actuacións. Por último, nas prácticas clientelares de partido, o cliente dálle o seu apoio a un líder, facción ou corrente a cambio de obter un beneficio na distribución dos recursos e servizos públicos cando esta facción, líder ou corrente alcance o poder.

A visión clásica do clientelismo implica unha relación de intercambio social xerarquizada, onde unha persoa de status superior (patrón) utiliza as súas influencias e recursos para protexer outra persoa de status inferior (cliente), que, pola súa vez, lle ofrece servizos e fidelidade. Polo tanto, o núcleo da relación baséase no intercambio de bens entre o patrón e o cliente. Cando esta rede se estende, aparece a figura dos intermediarios (*brokers*)¹⁰ que median entre os extremos da relación. Esta conceptualización do clientelismo inspirada, en parte, nas relacións establecidas entre terratenentes e campesiños pobres, propias do século XIX e principios do século XX, ten que facer fronte á crítica, sustentada na realidade das democracias actuais, segundo a cal as relacións poden darse entre cidadáns libres amparados por un Estado de dereito. CORZO¹¹ apunta a que a vinculación entre as partes nas sociedades democráticas é voluntaria, baseada na liberdade de intercambios. Desde esta visión, na que os intervenientes entran a formar parte da relación clientelar libremente como medio para obter proveito, o clientelismo pode visualizarse, alternativamente, como un grupo de persoas (clientela) que coopera para alcanzar o poder e gozar dos beneficios deste. En consecuencia, a clientela pode conceptualizarse como un subgrupo, dun corpo electoral concreto, que favorece a un líder ou facción co fin de gozar de bens públicos outorgados de maneira individual. O voto da clientela non é un voto ideolóxico, nin está baseado en ofertas programáticas, senón no gozo individualizado dalgún ben outorgado a título persoal como recompensa polo apoio dado. Deste xeito, o patrón (cacique, alcalde, etc.) emerxe como un medio instrumental que a clientela emprega para a obtención de bens aos que, doutro modo, na maioría dos casos, non tería acceso privilexiado, como poden ser cargos públicos, postos de funcionarios, contratos ou licenzas.

Chegados a este punto, é de obrigada referencia a obra de OLSON *The logic of collective action*¹², na que argumentou que, a diferenza da crenza mantida ata ese momento, pode existir un conflito entre os intereses individuais e os intereses de grupo. Isto é o que se chama o paradoxo do *free rider* (o polisón, o que vai por libre, o francotirador ou chupón), na cal se a acción colectiva prospera o beneficio xerado é público, é dicir, tanto para os que soportaron a acción como para os que non participaron nela, mentres que os custos da acción só son soportados polos que participan nela. Deste xeito, o autor sostén a dificultade da cooperación, sendo esta maior a medida que o tamaño do grupo aumenta. Así, mentres que para grupos de tamaño pequeno esta cooperación

sería viable, en grupos de maior tamaño só pode lograrse a través de coerción ou de incentivos selectivos. A necesidade de controlar o cumprimento individual da acción colectiva, así como a necesidade de aplicar incentivos individualizados implica, na maioría dos casos, a aparición dun ente superior que no noso caso sería o patrón ou cacique. Polo tanto, o emprego de incentivos mobilizaría unha parte do electorado (clientela) que, movida polo seu propio interese, colabora para que un líder ou facción alcance o poder.

A análise do clientelismo político tanto desde a visión clásica dunha pluralidade de relacións cliente-patrón como desde a perspectiva da acción colectiva implica a dispoñibilidade de recursos que intercambiar. Posto que estes son limitados, as redes clientelares atopan o seu espazo máis propicio en ámbitos reducidos, o que, pola súa vez, leva consigo que a influencia electoral do clientelismo debe minguar a medida que aumenta o tamaño do grupo. O aumento dunha clientela implica non só máis recursos para intercambiar, senón que unha parte cada vez maior destes ten que investirse en recompensar os que vixían o cumprimento dos intercambios pactados. MÁIZ¹³ recoñece a importancia dos recursos no fenómeno clientelar ao caracterizalo como un intercambio de votos por bens, no que non se distribúen beneficios colectivos para un distrito ou circunscrición enteira, senón incentivos para individuos ou grupos singularizados mediante o circuíto e a rede de intercambio. Polo tanto, podemos diferenciar dentro das ofertas que os partidos lles realizan aos electores entre as que poderíamos chamar programáticas e as clientelares. As primeiras caracterízanse por seren bens públicos que afectan a todos os cidadáns, independentemente do seu voto, como poden ser baixadas de impostos, aumentos nas contías das pensións, etc. As ofertas clientelares, pola contra, non ofrecen beneficios colectivos, senón unha serie de beneficios particulares a aqueles que apoian o partido ou líder. Como sinala ZAPATA¹⁴, a relación clientelar dáse por medio do intercambio de bens públicos, e un xeito de garantir que as partes perciban e reciban beneficios é explotando o Estado.

3 HIPÓTESES E METODOLOXÍA

O estudo da influencia do poder local e do clientelismo nos procesos electorais esti-vo ligado na maioría dos casos a traballos cualitativos. Pero existe unha alternativa a este enfoque, e supón abordalo desde un punto de vista cuantitativo. Esta influencia, de existir, debe deixar pegada nos resultados electorais. Esta é a liña innovadora que adopta este traballo, no que se pretende cuantificar a importancia do poder local nos procesos electorais celebrados en Galicia neste século. Ata o que se puido constatar na bibliografía existente, o enfoque e a metodoloxía desenvolvida son novidosos tanto a nivel nacional como internacional. Chegados a este punto, poden establecerse tres hipóteses que servirán de guía para establecer a importancia electoral de controlar os municipios e, polo tanto, do poder local, así como das causas subxacentes:

- H1. A titularidade do goberno municipal pode dar lugar a unha vantaxe en eleccións non municipais.
- H2. Esta vantaxe pode atribuírse a factores de liderado ou á presenza de redes clientelares.
- H3. O feito de que a vantaxe aumente a medida que se reduce o tamaño do hábitat suxire que pode atribuírse ao segundo.

Para contrastar estas hipóteses, recórrese a unha metodoloxía na que, en primeiro lugar, se dividen os municipios tendo en conta a súa poboación e, en segundo lugar, se establecen dous grupos distinguindo aqueles nos que a alcaldía lle corresponde a unha formación política dos que non. Deste xeito, as diferenzas de voto entre estes dous grupos poden atribuírse ao feito de desempeñar a alcaldía, minimizando ao máximo a influencia do efecto composición, pois pártese da base de que as diferenzas entre municipios gobernados ou non por unha organización son mínimas nun hábitat dado. Para iso, analízanse os datos de todos os procesos electorais celebrados en Galicia a nivel estatal, autonómico e europeo, no período 2000-2020, agrupando os municipios en cinco categorías: ≤ 2.000 hab., 2.001-10.000 hab., 10.001-50.000 hab., 50.001-100.000 hab., e > 100.000 hab. Os datos para as eleccións xerais, municipais e ao Parlamento Europeo proveñen da información subministrada polo Goberno de España a través da páxina web do Ministerio do Interior (MIR)¹⁵. Pola súa banda, os correspondentes ás eleccións autonómicas en Galicia obtivéronse da información facilitada para os diferentes procesos electorais pola Xunta de Galicia¹⁶. Os cálculos realízanse a partir do Censo de Residentes (CER), deixando fóra os datos do Censo de Residentes Ausentes (CERA), posto que os votos correspondentes a este se computan a nivel provincial, non podendo asignalos a ningún municipio.

Para os efectos deste traballo, o estudo do hábitat farase en función do tamaño da poboación dos municipios, en liña co que foi o criterio predominante para clasificar os diferentes tipos de hábitats¹⁷. A razón de que se optase pola poboación dos municipios como elemento diferenciador do tipo de hábitat, deixando a un lado outro tipo de indicadores, como poden ser a densidade de poboación, a situación socioeconómica do municipio ou o seu grao de urbanización, débese ao feito de que, como se xustificou, a influencia electoral do poder local se relaciona co tamaño do grupo sobre o que se asenta.

Os datos presentaranse só para o Partido Popular (PP), o Partido Socialista Obrero Español (PSOE) e o Bloque Nacionalista Galego (BNG), por seren as únicas formacións políticas que tiveron unha presenza estable e significativa, en todo o período estudado, na política galega.

4 RESULTADOS E DISCUSIÓN DESTES

Na táboa 1 móstranse as diferenzas na porcentaxe de voto obtida polos partidos políticos, en función de se ocupan ou non a alcaldía nos municipios, analizados de acordo

coa súa poboación. Esta táboa confeccionouse a partir dos datos correspondentes a cada proceso electoral, os cales aparecen reflectidos no anexo deste traballo.

Á vista dos datos, conséntase que o goberno municipal supón unha vantaxe electoral nas eleccións celebradas en ámbitos territoriais maiores. Ademais, este plus electoral, derivado do control do poder local, diminúe sistematicamente a medida que aumenta a poboación dos municipios. Este fenómeno pode considerarse estrutural, ao manter un patrón similar ao longo do período estudado, como se comproba ao observar os datos correspondentes ás tres categorías de municipios con menor poboación. Os datos correspondentes ás categorías que engloban os municipios máis poboados deben examinarse, no caso galego, con cautela debido ao reducido número de municipios que engloban. A táboa 2 mostra que en Galicia só existen catro municipios cuxa poboación estea comprendida entre os 50.001 e os 100.000 habitantes, e tres con máis de 100.000 habitantes. Isto supón, en primeiro lugar, que só nalgúns casos pode establecerse a diferenza entre a porcentaxe de voto obtida por unha formación política dependendo de se desempeña a alcaldía ou non. En segundo lugar, implica que calquera variación nun deles teña maior repercusión no resultado global do hábitat. Realizada esta consideración, en liñas xerais, pode verse que tamén nos hábitats máis poboados diminúe a prima electoral por ocupar a alcaldía. Ao terse establecido esta baseándose na diferenza na porcentaxe de voto obtida polas formacións nos municipios nos que desempeñan a alcaldía e nos que non, tendo en conta o hábitat, pode presuporse que se minimizou o efecto composición, xa que non é de esperar que existan grandes diferenzas demográficas, sociais, económicas, ideolóxicas ou doutro tipo, nun hábitat dado, entre os municipios nos que unha formación goberna e nos que non. Deste xeito, as variacións observadas poden atribuírse ao feito de ocupar a alcaldía, o que, polo tanto, nos permite validar a primeira hipótese formulada. Estes datos concordan co traballo de BARREIRO e GONZÁLEZ¹⁸, que, tras estudar os procesos electorais realizados en Andalucía e Galicia, neste século, presentan os resultados dun modelo de regresión multinomial que mostra como, unha vez controlado o efecto de variables como a ideoloxía, a idade ou o xénero, o hábitat segue a ter un efecto neto que diminúe a medida que aumenta a poboación dos municipios. O feito de que este plus electoral, derivado do poder local, diminúa a medida que aumenta a poboación dos municipios estaría en liña cos presupostos teóricos de partida, debido á dificultade de estender as redes clientelares a grupos maiores pola necesidade dun volume de recursos crecente. Como xa se mencionou, TRUJILLO e ORTEGA¹⁹, e CORZO²⁰ apuntaban a importancia do clientelismo á hora de estudar o comportamento electoral en Andalucía.

Malia o exposto, podería argumentarse que as diferenzas observadas veñen causadas non tanto pola presenza de redes clientelares como polo carisma dos alcaldes que arrastran unha serie de electores a votar, en todo tipo de procesos, aos candidatos da súa formación. Non obstante, a afirmación sobre a natureza clientelar dunha parte deste excedente de voto derivado do poder local, ademais do sinalado, pode xustificarse baseándose nunha serie de argumentos que a continuación se irán debullando.

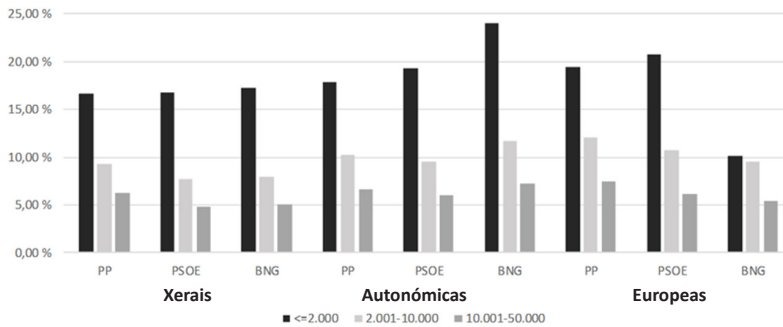
Táboa 1. Diferenzas na porcentaxe de voto obtida polos partidos políticos en función de se desempeña a alcaldía nos procesos electorais celebrados en Galicia (2000-2020).

Pob. municipio	2000	2004	2008	2011	2015	2016	2019A	2019N			
<=2.000	23,14 %	17,24 %	16,06 %	17,05 %	15,49 %	14,58 %	14,06 %	15,35 %	PP	Eleccións xerais	
2.001-10.000	12,08 %	12,41 %	9,55 %	8,32 %	8,08 %	7,63 %	8,91 %	7,46 %			
10.001-50.000	7,99 %	8,37 %	10,33 %	3,94 %	4,10 %	4,02 %	4,07 %	6,98 %			
50.001-100.000		0,49 %		0,09 %							
>100.000	-0,61 %	3,69 %		1,03 %	6,39 %	7,26 %	5,61 %				
<=2.000	24,34 %	19,97 %	17,94 %	18,26 %	15,13 %	13,27 %	13,30 %	12,04 %	PSOE		
2.001-10.000	11,20 %	12,51 %	8,29 %	8,44 %	6,03 %	5,01 %	5,40 %	5,11 %			
10.001-50.000	8,27 %	7,01 %	6,39 %	5,41 %	2,83 %	2,47 %	2,91 %	3,25 %			
50.001-100.000	-0,68 %	-0,29 %	-1,33 %	3,92 %	3,22 %	2,42 %	3,10 %	-0,93 %			
>100.000	6,34 %	5,01 %		2,22 %	1,33 %	1,08 %	2,42 %	-3,08 %			
<=2.000	30,24 %	33,44 %	22,13 %	18,13 %	9,97 %	5,99 %	9,08 %	8,68 %	BNG		
2.001-10.000	16,06 %	10,21 %	9,38 %	8,42 %	5,98 %	3,49 %	4,66 %	5,87 %			
10.001-50.000	13,73 %	5,71 %	4,36 %	5,12 %	3,39 %	2,17 %	2,64 %	3,32 %			
50.001-100.000	2,91 %	1,81 %	-0,21 %	5,38 %	2,50 %	2,29 %	0,65 %	-0,60 %			
>100.000	2,89 %										
Pob. municipio	2001	2005	2009	2012	2016	2020			PP	Eleccións autonómicas	
<=2.000	21,07 %	18,95 %	18,26 %	17,17 %	15,91 %	16,03 %					
2.001-10.000	12,66 %	13,09 %	11,47 %	7,99 %	8,74 %	7,53 %					
10.001-50.000	7,84 %	7,90 %	10,19 %	1,94 %	4,00 %	8,04 %					
50.001-100.000		0,35 %		0,82 %							
>100.000	3,94 %	3,00 %		4,38 %	4,41 %						
<=2.000	22,93 %	24,30 %	21,36 %	18,00 %	15,97 %	13,54 %					PSOE
2.001-10.000	12,17 %	12,44 %	9,95 %	9,98 %	6,92 %	6,10 %					
10.001-50.000	8,35 %	7,29 %	7,27 %	5,85 %	3,09 %	4,12 %					
50.001-100.000	-1,59 %	-0,54 %	0,24 %	4,15 %	1,55 %	-2,35 %					
>100.000	6,31 %	1,94 %		4,98 %	4,83 %	4,53 %					
<=2.000	32,26 %	40,26 %	28,66 %	12,81 %	12,91 %	17,28 %					BNG
2.001-10.000	15,55 %	14,73 %	11,84 %	10,43 %	8,06 %	9,79 %					
10.001-50.000	9,81 %	7,20 %	6,03 %	7,12 %	6,42 %	6,97 %					
50.001-100.000	3,22 %	1,49 %	2,08 %	10,54 %	7,13 %	2,48 %					
>100.000	0,79 %										
Pob. municipio	2004	2009	2014	2019					PP	Eleccións europeas	
<=2.000	20,38 %	18,54 %	18,85 %	19,94 %							
2.001-10.000	14,63 %	10,62 %	10,62 %	12,42 %							
10.001-50.000	8,74 %	11,20 %	3,60 %	6,30 %							
50.001-100.000	0,18 %		-0,95 %								
>100.000	1,82 %		-0,41 %	4,11 %							
<=2.000	22,96 %	19,88 %	21,32 %	18,64 %							PSOE
2.001-10.000	13,63 %	8,69 %	11,04 %	9,71 %							
10.001-50.000	7,09 %	6,66 %	5,08 %	5,65 %							
50.001-100.000	-3,50 %	-2,22 %	3,43 %	1,68 %							
>100.000	1,90 %		0,99 %	7,51 %							
<=2.000	37,99 %	22,46 %	10,10 %	18,77 %							BNG
2.001-10.000	12,89 %	8,36 %	9,59 %	11,50 %							
10.001-50.000	6,08 %	3,56 %	5,45 %	8,69 %							
50.001-100.000	1,55 %	1,60 %	4,78 %	1,68 %							
>100.000		-7,93 %									

Fonte: elaboración propia a partir de datos MIR e Xunta.

Os datos da táboa 1 mostran a tendencia a diminuír a importancia do exceso de voto froito do poder local ao longo do período estudado. Dado que o clientelismo se caracterizou como un intercambio de votos por favores, é coherente que a crise económica que supuxo, entre outras cuestións, políticas de axuste nas administracións públicas limitase o volume de recursos dispoñibles para alimentar o voto clientelar derivado do control dos gobernos municipais. Neste caso o plus electoral, que os partidos obteñen baseándose no poder local que posúen, atopa unha difícil xustificación se o atribuímos unicamente ao carisma dos alcaldes, xa que este non debería verse afectado pola crise económica. É máis, sería de esperar que en tempos difíciles cobrase maior relevancia, ao contribuír a amortecer a incerteza dos electores.

Gráfico 1. Media das diferenzas na porcentaxe de voto obtida polos partidos políticos en función de se desempeña a alcaldía para cada tipo de proceso electoral (Galicia 2000-2020).



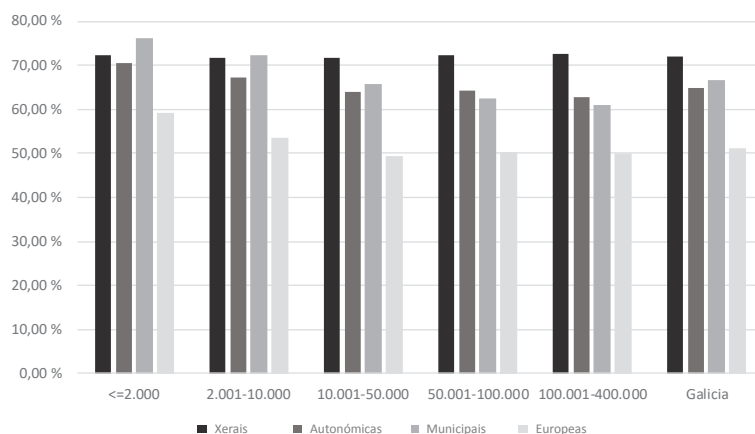
Fonte: elaboración propia a partir de datos MIR e Xunta de Galicia.

Por outra parte, o gráfico 1, no que se mostra a media das diferenzas obtidas en porcentaxe de voto polas formacións políticas, en función de se desempeñan ou non a alcaldía no municipio, permite cuantificar a importancia electoral do poder local. Este gráfico só se confeccionou para as tres categorías de municipios menos poboados, debido a que o reducido número de municipios que engloban as outras dúas categorías imposibilita, en boa parte dos casos, poder establecer para as formacións políticas un grupo de municipios nos que goberna e outro nos que non, porque ou ben goberna en todos ou en ningún. Centrándonos no caso do PP e do PSOE, xa que o do BNG se mencionará á parte, a prima de voto por ocupar a alcaldía nos municipios menos poboados cífrase entre 16 e 20 puntos porcentuais, diminuindo paulatinamente nas dúas categorías seguintes. En concreto, prodúcese unha diminución da orde de entre 7 e 10 puntos entre os municipios de menos de 2.000 habitantes e os da seguinte categoría (2.001-10.000 hab.). Esta diminución tan sensible da prima electoral, derivada do control dos concellos, encaixa perfectamente na hipótese que lle atribúe a influencia do poder local nos procesos electorais ao clientelismo, xa que ao aumentar a

poboación o fai o volume de recursos necesarios para que a eficacia da rede clientelar sexa a mesma. Neste punto, tamén sería difícil xustificar a prima electoral derivada do poder local só baseándose no carisma dos alcaldes. As diferenzas entre os dous grupos de municipios menos poboados, en canto a poboación, non son obstáculo para que os alcaldes sigan tendo unha proximidade cos electores, polo que non debería producirse unha redución de case o 50% na prima electoral derivada dos gobernos municipais.

Mención á parte merecen os resultados electorais das eleccións europeas, que, malia seguiren o patrón antes descrito, reflicten dúas peculiaridades. En primeiro lugar, a prima nestas eleccións por desempeñar a alcaldía, no caso do PP e do PSOE, é maior que no resto dos procesos electorais. En segundo lugar, parece que a tendencia á baixa observada nesta prima, ao longo do período estudado, é menos acusada (táboa 1). Para entender estes resultados, cómpre recorrer aos datos de participación.

Gráfico 2. Participación electoral Galicia (hábitat/tipo de elección).



Fonte: elaboración propia a partir de datos MIR e Xunta de Galicia.

Como se observa no gráfico 2, a participación nas eleccións europeas é menor que no resto de comicios, o que fomenta que o voto clientelar adquira maior importancia. Este fenómeno pode atribuírse a que o cliente electoral non actúa en función da importancia do proceso electoral, nin premia ou castiga o labor dunha formación no goberno ou na oposición, senón o favor recibido ou prometido a título persoal. O cliente, polo tanto, mobilízase con independencia de consideracións que afectan a outro tipo de electores.

O caso do BNG presenta unha peculiaridade, que explica as amplas fluctuacións da prima que obtén esta formación política por ter a alcaldía nos municipios menos poboados. Existe unha diferenza significativa no número de alcaldías que o BNG goberna, no hábitat rural, en relación co PP e PSOE. Como se comproba na táboa 4, o número de alcaldes do PP nos municipios de menos de 2.000 habitantes está moi próximo aos 70; pola súa banda, o PSOE pasou de 19 alcaldías en 2004 a 30 en 2019, mentres que

o BNG goberna en apenas uns 7 municipios. Este feito ten como consecuencia que pequenas variacións no voto nalgún municipio teñan unha maior repercusión sobre a porcentaxe total no hábitat correspondente.

Unha vez establecida a prima electoral da que gozan as formacións políticas derivada de desempeñar o poder local, sobre todo nos municipios menos poboados, é necesario abordar a incidencia desta nos resultados dos procesos electorais realizados en Galicia. Ao observar a táboa 2, compróbase que o Partido Popular gobernou en gran parte dos municipios de ata 2.000 habitantes e nos que teñen unha poboación de entre 2.001 e 10.000 habitantes. Debido a que nestes municipios a prima por ter a alcaldía é superior, o feito de gobernar na ampla maioría deles supón unha vantaxe electoral para o PP, constituíndo a base do predominio desta formación na comunidade.

Táboa 2. Número de alcaldías por formación política en función do tamaño da poboación.

Pob. municipio	2004				2019			
	N.º municipios	Alcaldías			N.º municipios	Alcaldías		
		PP	PSOE	BNG		PP	PSOE	BNG
<=2.000	102	70	19	6	114	72	30	7
2.001-10.000	155	109	28	11	143	79	41	9
10.001-50.000	50	32	8	6	49	14	19	8
50.001-100.000	4	2	1	1	4	0	1	1
>100.000	3	1	2	0	3	1	1	0

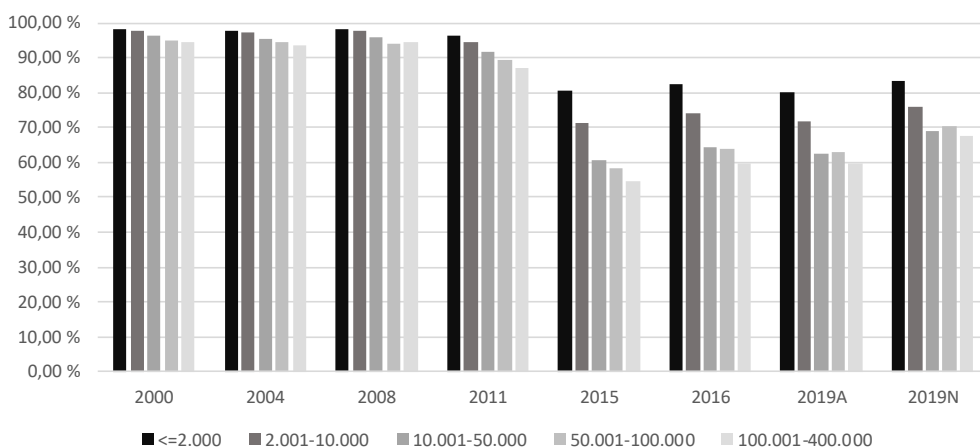
Fonte: elaboración propia.

Estes datos fan aflorar unha importante reflexión se nos situamos na visión das redes clientelares desde o punto de vista duns electores libres que cooperan para satisfacer as súas necesidades. O clientelismo podería concibirse como a adaptación necesaria que os partidos políticos deben realizar para adecuarse ás características dos municipios menos poboados. Neste tipo de ámbito, seguindo a terminoloxía de MÁIZ²¹, as ofertas clientelares serían moito máis efectivas que as programáticas. A asunción deste presuposto supón configurar dúas arenas de competición política, con diferentes regras, que os partidos deben afrontar de forma distinta. No medio rural, o éxito electoral dependería, en boa medida, dunha oferta individualizada de carácter clientelar, mentres que no medio urbano terían unha maior preponderancia as ofertas programáticas. Isto supón un xiro na análise do clientelismo no medio rural, o cal podería configurarse como a adaptación dos partidos a uns electores que, conscientes da importancia do seu voto para os líderes locais, actúan dun xeito máis racional que os seus homólogos das cidades. Unha parte dos electores rurais actuaría en favor daquel candidato que lles reportase uns maiores beneficios a título individual. Desta forma,

o clientelismo non deixaría de ser a consecuencia dunha demanda dos electores que, conscientes da súa influencia en espazos reducidos, forza as formacións políticas a cambiar a súa forma de actuar co obxectivo de obter uns mellores resultados electorais.

O anterior permite apuntar ao poder local dos vellos partidos, nos municipios menos poboados, como unha das causas, aínda que non a única, de que as formacións políticas de novo cuño, xurdidas na segunda década deste século, tivesen uns resultados electorais moi modestos nestes ámbitos. Estas formacións veríanse na imposibilidade de realizar ofertas clientelares personalizadas nos municipios menos poboados, ao careceren tanto de representantes como de recursos para incidir individualmente na vontade dos electores.

Gráfico 3. Porcentaxe de voto obtida pola suma de PP, PSOE e BNG nas eleccións xerais (2000-2020) en función da poboación dos municipios.



Fonte: elaboración propia a partir de datos MIR.

O gráfico 3 mostra a suma da porcentaxe de voto obtida por PP, PSOE e BNG nas eleccións xerais celebradas en España nas dúas primeiras décadas do século XXI. Os datos permítennos establecer dous períodos. O primeiro, que abrangue ata as eleccións xerais do ano 2011, onde a porcentaxe de voto destas tres formacións é amplamente superior ao 90%, en todos os hábitats, coa excepción dos municipios máis poboados no ano 2011, no que esta porcentaxe se sitúa lixeiramente por debaixo deste valor. Pode observarse que, ata esa data, a diferenza na porcentaxe de voto destas formacións entre os hábitats menos poboados e os máis poboados apenas chega aos 5 puntos porcentuais. Nas eleccións de 2011 esta diferenza aumenta, situándose próxima aos 10 puntos. O segundo período comprende os comicios celebrados a partir do ano 2015, no que a entrada con forza na política española dos que se denominou novos partidos políticos supuxo unha quebra do bipartidismo existente²². Neste novo contexto compróbase que, aínda que a caída do voto ás formacións clásicas é acusada

nas grandes cidades, onde as tres formacións estudadas apenas logran un 55% dos votos no ano 2015, nos municipios menos poboados esta caída é moito máis limitada, situándose en cifras superiores ao 80% a partir de 2015. Deste xeito, o poder local dos partidos tradicionais nos hábitats menos poboados supuxo un obstáculo para as novas formacións políticas, posto que como vimos o voto clientelar é fiel e baséase no intercambio de favores e non na dinámica electoral dos partidos políticos. O gráfico 3 mostra, igualmente, como a diminución do apoio electoral das formacións clásicas que se produciu a partir do ano 2015 se produce de xeito gradual a medida que aumenta a poboación dos municipios, o que non deixa de ser un indicio máis da existencia de redes clientelares, porque, como se argumentou, estas perden importancia electoral ao aumentar o tamaño da circunscrición.

5 CONCLUSIÓNS

Neste traballo, en primeiro lugar, confirmouse que o feito de desempeñar as alcaldías supón unha vantaxe electoral nas eleccións xerais, autonómicas e europeas que diminúe a medida que aumenta a poboación dos municipios. Para iso analizáronse os resultados electorais do PP, PSOE e BNG, empregando unha metodoloxía que minimiza ao máximo o efecto composición. Este exceso de voto, ligado ao poder local, ao contrario do que podería pensarse, non é patrimonio de ningunha formación política, xa que se comproba que tanto o PP como o PSOE e o BNG se benefician del, o que non significa que o fagan do mesmo xeito. Por exemplo, no caso galego, o feito de que o Partido Popular governe na maioría dos municipios menos poboados permítelle obter un maior rendemento deste. En segundo lugar, xustificouse a afirmación de que unha parte deste plus electoral, derivado do poder local, pode vincularse coa presenza de redes clientelares, especialmente nos municipios menos poboados. Posto que estes se asentan maioritariamente no medio rural, a tan manida división ente o rural e o urbano, no político, suporía a confrontación entre o cliente e o elector. Nos pequenos municipios, o elector ten a posibilidade de converterse en cliente, e o alcalde pasa a ser unha especie de empresario dedicado a satisfacer as necesidades individualizadas dos seus veciños. Porque nun municipio pequeno cada voto conta, cada individuo, cada familia ten importancia electoral, de maneira que o alcalde, se quere manter o poder, debe ser capaz de atender a unha serie de demandas personalizadas dos seus electores, que intercambian os beneficios recibidos pola súa lealdade en todo tipo de procesos electorais. Isto supón un xiro na análise do clientelismo no medio rural, o cal podería configurarse como a adaptación dos partidos a uns electores que, conscientes da importancia do seu voto para os líderes locais debido á reducida poboación dos municipios, teñen a posibilidade de actuar dun xeito máis racional que os seus homólogos das cidades.

En terceiro lugar, estas redes clientelares, ligadas ao poder local, emerxen como un dos factores explicativos dos discretos resultados electorais das novas formacións políticas nos municipios de menor poboación.

Por último, aínda que o traballo se circunscribe aos procesos electorais celebrados en Galicia no período 2000-2020, abre a porta ao estudo deste fenómeno noutros espazos xeográficos.

6 BIBLIOGRAFÍA

- Barreiro, L. e González J.J. 2021. «El tamaño importa. Estudio comparado del efecto del hábitat sobre el voto», ponencia presentada en *Curso de Verano Retos demográficos y políticas públicas para la España despoblada*. A Coruña (16-18 de setembro): Universidade Internacional Menéndez Pelayo.
- Corzo, S. 2002a. *El clientelismo político. El Plan de Empleo Rural Andalucía: un estudio de caso*. Granada: Universidade de Granada.
- Corzo, S. 2002b. «El clientelismo político como intercambio», en *Institut de Ciències Polítiques i Socials*, 206.
- Curtice, J. e Steed, M. 1982. «Electoral Choice and the Production of Government: the Changing Operation of the Electoral System in the United Kingdom since 1955», en *British Journal of Political Science*, 12: 249-298. <https://doi.org/10.1017/S0007123400002970>.
- Curtice, J. e Steed, M. 1986. «Proportionality and exaggeration in the British electoral system», en *Electoral Studies*, 5(3): 209-228. [https://doi.org/10.1016/0261-3794\(86\)90012-0](https://doi.org/10.1016/0261-3794(86)90012-0).
- Delgado, I. 1999. «Resultados electorales y orientación del voto en los comicios municipales de 1995», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 86: 247-273. <https://doi.org/10.2307/40184152>.
- Delgado, I. 2010. «Elecciones municipales en España. Dimensiones analíticas y aspectos distintivos de ocho procesos electorales (1979-2007)», en *Política y Sociedad*, 47(3): 13-36.
- González, J.J. 2004. «Las bases sociales de la política española», en *Revista de Estudios Sociológicos*, 4: 119-142.
- González, J.J. 2009. «Voto estructural, racional y mediatizado en las elecciones generales españolas de 1996, 2000 y 2004», en *Revista Internacional de Sociología*, 67(2): 285-307. <https://doi.org/10.3989/ris.2007.01.01>.
- González, J.J. 2020. «Bases sociales de la vieja y de la nueva política», en *Cambio social en la España del siglo XXI*. Madrid: Alianza Editorial.
- Jablonski, P. 2005. «Clientelismo en democracia. Una propuesta para el análisis de las relaciones clientelares a nivel local», en *Revista de recerca i investigació en antropològia*, 2. <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.143>

- Justel, M. 1990. «Panorámica de la abstención electoral en España», en *Revista de Estudios Políticos*, 62: 343-396.
- Justel, M. 1995. *La abstención electoral en España, 1977-1993*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Leguina, J. 1986. «La evolución del voto: 1982-1986: España y Madrid», en *Sistema: revista de ciencias sociales*, 75: 113-126.
- Máiz, R. 2003. «Jama, caleta y camello: la corrupción como mecanismo de autorrefuerzo del clientelismo político», en *Revista Mexicana de Sociología*, 65(1): 3-39.
- Olson, M. 1992. *La Lógica de la Acción de Colectiva*. México: Limusa, Grupo Noriega Editores.
- Sáez, J.L. 2002. «La decisión del elector: partidismo, racionalidad-economía y estructura social», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 98: 139-169. <https://doi.org/10.2307/40184442>.
- Trujillo, J.M. e Ortega, C. 2015. «Tipo de hábitat y comportamiento electoral: Un estudio ecológico del voto socialista en el medio rural-urbano andaluz, 1999-2012», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 152: 143-166.
- Valenzuela, A. 1977. *Political brokers in Chile: Local government in a centralized polity*. Durham, NC: Duke University Press.
- Zapata, E. 2016. «Clientelismo político. Un concepto difuso pero útil para el análisis de la política local», en *Estudios Políticos*, 49: 167-185.

NOTAS

- 1 Este traballo realizouse baixo a dirección do catedrático J.J. González, ao que lle agradezo a súa inestimable axuda.
- 2 Curtice e Steed, 1982; Curtice e Steed, 1986.
- 3 González, 2004; González, 2009; Sáez, 2002.
- 4 Trujillo e Ortega, 2015.
- 5 Trujillo e Ortega, 2015.
- 6 Corzo, 2002a.
- 7 Jablonski, 2005.
- 8 Jablonski, 2005.
- 9 Corzo, 2002b.
- 10 Valenzuela, 1997.
- 11 Corzo, 2002b.
- 12 Olson, 1965.
- 13 Máiz, 2003.
- 14 Zapata, 2016.
- 15 Disponible en: <http://www.infoelectoral.mir.es> (01-02-2021).
- 16 Disponible en: <https://eleccionesgalicia2020.gal> (01-02-2021).
- 17 Delgado, 1999; Delgado, 2010; Justel, 1990; Justel, 1995; Leguina, 1986.
- 18 Barreiro e González, 2021.
- 19 Trujillo e Ortega, 2015.
- 20 Corzo, 2002a.
- 21 Máiz, 2003.
- 22 González, 2020.

7 ANEXO

Táboa 3. Resultados nas eleccións xerais (2000-2020) en función do tamaño dos municipios e de se a forza política desempeña a alcaldía.

Pop. municipio	TOTAL			VOTOS PP (Alcaldía?)		VOTOS PSOE (Alcaldía?)		VOTOS BNG (Alcaldía?)		ANO
	PP	PSOE	BNG	SI	NON	SI	NON	SI	NON	
<=2.000	61,79%	22,60%	13,75%	67,29%	44,15%	42,74%	18,41%	42,55%	12,31%	2000
2.001-10.000	59,30%	21,81%	16,59%	62,85%	50,77%	30,57%	19,37%	32,13%	16,08%	
10.001-50.000	53,56%	22,84%	20,13%	57,23%	49,25%	28,77%	20,51%	33,21%	19,48%	
50.001-100.000	49,91%	24,20%	20,94%	49,91%	49,91%	23,89%	24,57%	22,53%	19,61%	
>100.000	47,15%	26,26%	21,29%	46,64%	47,25%	30,16%	23,82%	22,91%	20,02%	
<=2.000	58,36%	29,63%	9,94%	62,74%	45,50%	46,46%	26,49%	42,57%	9,13%	2004
2.001-10.000	53,30%	33,18%	10,85%	56,94%	44,52%	43,21%	30,70%	20,65%	10,44%	
10.001-50.000	45,56%	36,90%	13,24%	50,51%	42,14%	41,61%	34,60%	17,94%	12,22%	
50.001-100.000	42,68%	40,28%	11,49%	43,06%	42,57%	40,15%	40,43%	12,88%	11,07%	
>100.000	39,20%	43,25%	11,43%	40,62%	36,93%	46,34%	41,33%	12,88%	11,43%	
<=2.000	50,65%	35,85%	11,84%	57,64%	41,58%	48,79%	30,85%	31,76%	9,63%	2008
2.001-10.000	48,77%	36,29%	12,56%	53,21%	43,66%	41,96%	33,67%	21,08%	11,70%	
10.001-50.000	44,28%	38,68%	13,19%	52,21%	41,88%	42,37%	35,98%	16,48%	12,12%	
50.001-100.000	42,57%	41,08%	10,67%	42,57%	42,57%	40,76%	42,09%	10,51%	10,72%	
>100.000	39,15%	44,52%	10,77%	39,15%	39,15%	44,52%	44,52%	10,77%	10,77%	
<=2.000	61,13%	25,92%	9,30%	66,36%	49,31%	40,19%	21,93%	26,24%	8,11%	2011
2.001-10.000	58,66%	24,91%	11,26%	61,30%	52,98%	31,86%	23,42%	18,81%	10,39%	
10.001-50.000	52,87%	26,33%	12,44%	54,26%	50,32%	31,05%	25,64%	16,87%	11,75%	
50.001-100.000	48,56%	29,39%	11,31%	48,61%	48,52%	32,20%	28,28%	15,41%	10,04%	
>100.000	44,88%	32,63%	9,88%	45,52%	44,49%	33,47%	31,25%	9,88%	9,88%	
<=2.000	51,21%	25,58%	4,00%	57,03%	41,54%	36,90%	21,77%	13,17%	3,20%	2015
2.001-10.000	43,96%	22,72%	4,85%	48,00%	39,92%	26,87%	20,84%	10,42%	4,44%	
10.001-50.000	35,63%	20,27%	4,95%	38,67%	34,57%	22,07%	19,24%	7,78%	4,40%	
50.001-100.000	34,08%	19,87%	4,59%	34,08%	34,08%	22,20%	18,98%	6,48%	3,98%	
>100.000	30,55%	21,29%	2,81%	35,90%	29,51%	22,02%	20,69%	2,81%	2,81%	
<=2.000	56,09%	24,02%	2,45%	61,48%	46,90%	33,95%	20,68%	7,98%	1,99%	2016
2.001-10.000	48,29%	22,50%	3,14%	52,01%	44,39%	26,04%	21,03%	6,36%	2,87%	
10.001-50.000	39,93%	21,06%	3,20%	42,83%	38,82%	22,65%	20,18%	5,04%	2,87%	
50.001-100.000	38,61%	21,91%	3,44%	38,61%	38,61%	23,67%	21,25%	5,17%	2,88%	
>100.000	34,56%	23,40%	2,02%	40,65%	33,40%	23,99%	22,91%	2,02%	2,02%	
<=2.000	43,73%	32,06%	4,40%	48,82%	34,76%	41,93%	28,62%	12,89%	3,82%	2019A
2.001-10.000	34,70%	30,89%	6,38%	39,20%	30,30%	34,65%	29,25%	10,70%	6,04%	
10.001-50.000	25,56%	30,93%	6,20%	28,37%	24,30%	32,86%	29,95%	8,47%	5,84%	
50.001-100.000	24,52%	32,05%	6,32%	24,52%	24,52%	34,29%	31,19%	6,81%	6,16%	
>100.000	20,28%	35,10%	4,46%	24,99%	19,37%	36,41%	33,99%	4,46%	4,46%	
<=2.000	46,47%	31,19%	5,85%	52,78%	37,43%	39,66%	27,62%	13,85%	5,17%	2019N
2.001-10.000	37,75%	29,69%	8,64%	42,02%	34,56%	32,90%	27,78%	14,04%	8,16%	
10.001-50.000	30,40%	29,97%	8,53%	35,82%	28,84%	31,82%	28,56%	11,34%	8,03%	
50.001-100.000	30,45%	30,84%	9,34%	30,45%	30,45%	30,62%	31,54%	8,88%	9,48%	
>100.000	25,77%	34,88%	6,93%	25,77%	25,77%	34,40%	37,48%	6,93%	6,93%	

Fonte: elaboración propia a partir de datos MIR.

Táboa 4. Resultados nas eleccións autonómicas (2000-2020) en función do tamaño dos municipios e de se a forza política desempeña a alcaldía.

Pop. municipio	TOTAL			VOTOS PP (Alcaldía?)		VOTOS PSOE (Alcaldía?)		VOTOS BNG (Alcaldía?)		ANO
	PP	PSOE	BNG	SI	NON	SI	NON	SI	NON	
<=2.000	61,52%	19,25%	16,80%	66,22%	45,15%	37,99%	15,06%	48,23%	15,98%	2001
2.001-10.000	56,84%	19,87%	20,80%	60,35%	47,69%	29,74%	17,57%	35,82%	20,28%	
10.001-50.000	50,13%	21,11%	24,99%	53,74%	45,91%	27,09%	18,74%	34,33%	24,52%	
50.001-100.000	47,39%	24,20%	23,26%		47,39%	23,49%	25,08%	25,04%	21,82%	
>100.000	42,90%	25,12%	26,22%	46,12%	42,19%	28,99%	22,68%	26,67%	25,88%	
<=2.000	55,55%	28,74%	14,38%	60,20%	41,26%	49,37%	25,07%	53,68%	13,42%	2005
2.001-10.000	51,06%	29,67%	17,35%	54,99%	41,89%	39,39%	26,95%	31,52%	16,78%	
10.001-50.000	43,41%	31,47%	22,07%	47,73%	39,83%	36,62%	29,33%	28,06%	20,86%	
50.001-100.000	42,37%	34,87%	18,73%	42,65%	42,30%	34,63%	35,17%	19,87%	18,39%	
>100.000	37,44%	37,68%	21,03%	38,59%	35,59%	38,87%	36,93%		21,03%	
<=2.000	51,47%	29,66%	16,43%	59,49%	41,23%	44,53%	23,17%	42,72%	14,05%	2009
2.001-10.000	50,90%	28,48%	16,74%	56,02%	44,55%	35,36%	25,41%	27,48%	15,64%	
10.001-50.000	46,78%	28,66%	17,61%	54,41%	44,22%	32,96%	25,69%	22,17%	16,14%	
50.001-100.000	44,55%	31,15%	15,07%		44,55%	31,20%	30,96%	16,66%	14,58%	
>100.000	42,90%	33,13%	15,72%		42,90%	33,13%			15,72%	
<=2.000	56,35%	23,82%	8,20%	62,06%	44,89%	37,59%	19,59%	20,32%	7,51%	2012
2.001-10.000	53,00%	20,38%	10,35%	55,35%	47,36%	28,55%	18,57%	19,95%	9,52%	
10.001-50.000	45,46%	19,09%	11,31%	46,15%	44,21%	24,21%	18,35%	17,57%	10,45%	
50.001-100.000	42,19%	19,37%	10,59%	42,61%	41,78%	22,39%	18,23%	18,65%	8,11%	
>100.000	36,94%	22,61%	8,52%	39,67%	35,29%	24,48%	19,50%		8,52%	
<=2.000	59,87%	19,70%	6,29%	65,79%	49,87%	31,63%	15,66%	18,20%	5,29%	2016
2.001-10.000	54,35%	17,38%	8,81%	58,64%	49,90%	22,29%	15,37%	16,24%	8,18%	
10.001-50.000	46,63%	16,70%	9,42%	49,51%	45,52%	18,69%	15,60%	14,86%	8,44%	
50.001-100.000	44,98%	17,35%	9,49%		44,98%	18,48%	16,93%	14,93%	7,79%	
>100.000	39,32%	19,94%	6,25%	42,99%	38,58%	22,58%	17,75%		6,25%	
<=2.000	59,64%	19,20%	16,01%	65,95%	49,91%	28,82%	15,28%	32,10%	14,82%	2020
2.001-10.000	54,23%	17,22%	22,26%	58,57%	51,04%	21,04%	14,94%	31,31%	21,53%	
10.001-50.000	46,92%	18,04%	25,74%	53,16%	45,12%	20,38%	16,26%	31,62%	24,66%	
50.001-100.000	47,08%	17,40%	25,59%		47,08%	16,84%	19,19%	27,47%	25,00%	
>100.000	39,89%	24,94%	23,83%		39,89%	25,67%	21,14%		23,83%	

Fonte: elaboración propia a partir de datos da Xunta de Galicia.

Táboa 5. Resultados nas eleccións europeas (2000-2020) en función do tamaño dos municipios e de se a forza política desempeña a alcaldía.

Pob. municipio	TOTAL			VOTOS PP (Alcaldía?)		VOTOS PSOE (Alcaldía?)		VOTOS BNG (Alcaldía?)		ANO
	PP	PSOE	BNG	SI	NON	SI	NON	SI	NON	
<=2.000	59,42%	29,45%	9,25%	64,42%	44,04%	48,84%	25,88%	46,41%	8,42%	2004
2.001-10.000	54,13%	31,85%	11,52%	58,13%	43,50%	42,73%	29,10%	23,92%	11,03%	
10.001-50.000	46,67%	35,21%	14,48%	51,68%	42,93%	40,03%	32,93%	19,52%	13,44%	
50.001-100.000	44,72%	36,99%	13,54%	44,86%	44,68%	35,39%	38,89%	14,74%	13,19%	
>100.000	41,54%	40,60%	12,83%	42,25%	40,43%	41,76%	39,87%		12,83%	
<=2.000	57,93%	30,83%	8,61%	65,77%	47,23%	44,68%	24,80%	29,22%	6,77%	2009
2.001-10.000	55,66%	30,94%	9,88%	60,37%	49,75%	36,91%	28,22%	17,49%	9,14%	
10.001-50.000	50,74%	33,48%	10,36%	59,20%	48,00%	37,37%	30,71%	13,04%	9,48%	
50.001-100.000	47,01%	35,98%	9,01%		47,01%	35,45%	37,67%	10,23%	8,63%	
>100.000	44,18%	39,75%	7,93%		44,18%	39,75%			7,93%	
<=2.000	51,59%	24,52%	5,84%	57,51%	38,66%	41,83%	20,51%	15,25%	5,15%	2014
2.001-10.000	43,83%	22,33%	8,34%	46,98%	36,36%	31,42%	20,38%	17,22%	7,63%	
10.001-50.000	33,25%	20,51%	9,11%	34,50%	30,90%	24,94%	19,86%	13,97%	8,52%	
50.001-100.000	29,85%	20,87%	8,03%	29,36%	30,31%	23,37%	19,94%	11,65%	6,87%	
>100.000	27,15%	22,50%	6,21%	26,90%	27,31%	22,88%	21,90%		6,21%	
<=2.000	43,49%	33,41%	9,24%	50,76%	30,82%	47,04%	28,40%	26,90%	8,13%	2019
2.001-10.000	36,34%	32,62%	13,36%	42,32%	29,91%	39,43%	29,72%	24,09%	12,59%	
10.001-50.000	28,21%	34,04%	13,03%	32,70%	26,40%	37,71%	32,06%	20,39%	11,70%	
50.001-100.000	27,88%	34,05%	11,81%		27,88%	35,27%	33,59%	13,10%	11,42%	
>100.000	21,54%	40,57%	9,03%	24,96%	20,86%	44,68%	37,17%		9,03%	

Fonte: elaboración propia a partir de datos MIR.

